



**ESCUELA DE
POSTGRADOS**
FUERZA AÉREA COLOMBIANA
VIGILADA MINEDUCACIÓN



PLAN DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS 2020-2025

WWW.EPFAC.EDU.CO



**ESCUELA DE
POSTGRADOS**
FUERZA AÉREA COLOMBIANA

PLAN DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS

2020-2025

ESCUELA DE POSTGRADOS DE LA FUERZA AÉREA COLOMBIANA

EPFAC

Oficina de Comunicaciones Públicas

OFCOP

Ministerio de Defensa Nacional

Fuerza Aérea Colombiana



**ESCUELA DE
POSTGRADOS**
FUERZA AÉREA COLOMBIANA

"La comunicación eficaz antes de ser un instrumento para... es necesariamente una estrategia"
Joan Costa.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	-----
OBJETIVO	-----
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	-----
Análisis del contexto estratégico	-----
Preámbulo	-----
Misión	-----
Visión	-----
Alcance	-----
Seguimiento de contenidos	-----
Riesgos y controles	-----
Líneas estratégicas EPFAC	-----
Principios de acción	-----
Estructura organizacional	-----
organización de la Oficina de Comunicaciones públicas	-----
Proceso de gestión de la comunicación	-----
Proceso de gestión comunicación informativa	-----
Proceso de gestión comunicación corporativa	-----
Proceso de gestión organizacional	-----
Proceso de gestión medios de comunicación	-----
Valoración de la gestión de la Comunicación	-----
Estrategia de comunicación	-----
Estrategia de acompañamiento estudiantil	-----
Estrategia comunicación - Cursos de extensión	-----
Comunicación con los públicos internos	-----
Comunicación con los públicos externos	-----



Relaciones con los medios de comunicación-----

Vocería institucional-----

Manejo de imagen institucional-----

Canales de comunicación disponibles-----

Campañas estratégicas EPFAC - Público interno y externo-----

Cronograma de actividades y Estrategia de seguimiento-----





INTRODUCCIÓN

En el año 2020 se abordó la necesidad de estructurar una Oficina de Comunicaciones Públicas dentro de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC), donde se manifestó el interés y la importancia de crear un área que sea idónea en desarrollar planes estratégicos efectivos en el proceso de comunicación interna como externa.

Basados en los lineamientos institucionales y orientados bajo la Dirección de la Escuela se determina que el actual Plan de Comunicaciones de la EPFAC 2020 - 2025 es la matriz principal de la Institución, en cuanto a sus parámetros de divulgación comunicativa; este plan es transversal a todos los procesos académicos y administrativos que se generan en la Escuela.

Así mismo y atendiendo a sugerencias emitidas por la Dirección de la Escuela, se incluye un aparte específico del Escuadrón de Extensión e Internacionalización de la Escuela, en el cual se incluye la oferta académica en cuanto cursos de ascenso, diplomados y actividades de educación continuada a fin de resaltar y hacer visible las diversas actividades que se desarrollan en esta Dependencia de la Escuela.

Es importante señalar que las líneas estratégicas están sujetas a actualizaciones anuales; de acuerdo a las necesidades y a los escenarios en los que se encuentre la Institución de Educación superior.

El modelo de control interno que se diseña, contiene un eje transversal orientado a generar información y comunicación veraz y oportuna, sumergida en un proceso estratégico que busca fortalecer imagen de la Institución al interior de la EPFAC como por fuera de ella, abarcando escenarios, locales, regionales, nacionales e internacionales.

¿Cómo se alcanzará este objetivo? existen diversas herramientas y canales que se implementaran, una de ellas es el uso de medios de comunicación convencionales, como la televisión, radio, prensa; pero estos canales han evolucionado con la llegada del internet y las Redes Sociales (RRSS) es allí donde se incorpora la comunicación 3.0 donde el individuo, no solo recibe la información, sino que la evalúa, comparte e interactúa con la misma en tiempo real.

A lo largo de este plan conocerá las estrategias de comunicación y participación ciudadana que establece alcances y metodologías diseñadas a las necesidades de los públicos que convergen en el ámbito académico aeronáutico.



OBJETIVO

Visibilizar la imagen institucional de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana con servicios de comunicación efectiva que cautive a nuevos públicos que buscan la excelencia en programas académicos posgraduales y fortalecer la credibilidad en los públicos internos que conocen nuestra gestión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Divulgar ampliamente la oferta académica, investigativa y cultural de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana.

Visibilizar el proceso de internacionalización que ofrece la Escuela, basado en la cooperación y movilidad de intercambio académico de sus estudiantes.

Desarrollar estrategias de comunicación dirigidas a la comunidad universitaria y públicos externos.

Fortalecer la comunicación interna de las diferentes aéreas que integra la Escuela, evitando la desinformación y promover asertivamente el sentido de pertenencia institucional.



ANÁLISIS DEL CONTEXTO ESTRATÉGICO

PREÁMBULO

Este análisis está basado en la estrategia impartida por el Departamento Estratégico de Comunicaciones la Fuerza Aérea Colombiana (DESCO) es por ello que se decide incorporar los lineamientos de la misma con el fin de estar sujetos a las ordenes emitidas desde el Comando General de la Fuerza Aérea.

MISIÓN

Orientar las comunicaciones estratégicas de la Fuerza Aérea Colombiana, alineándose a su estrategia militar, capacidades distintivas y rol institucional en la formulación de planes de acción, así como plan de actividades para dirigir, ejecutar y consolidar el mensaje institucional diferenciado a todos los públicos de interés.

VISIÓN

Consolidar las Comunicaciones Estratégicas a través del fortalecimiento de la infraestructura tecnológica acorde a las necesidades de hoy, con talento humano en permanente estado de actualización y capacitación, que permita brindar a los diferentes públicos audiencia una información veraz en tiempo real.

ALCANCE

El presente Plan de Comunicaciones Estratégicas 2020 “IRIS”, aplica para todo el personal de la Fuerza Aérea Colombiana, durante la vigencia 2020, direccionado por el Departamento Estratégico de Comunicaciones y ejecutado través de sus homólogos en las diferentes áreas de la institución, inicia desde la socialización del Plan “IRIS” y cargue de actividades para el presente año en la Suite Visión Empresarial de la Subjefatura de Estado Mayor Estrategia y Planeación de la Fuerza Aérea Colombiana y termina el 31 de enero de 2021 con la verificación y cumplimiento de las tareas realizadas por el proceso.



SEGUIMIENTO DE CONTENIDOS

El Departamento Estratégico de Comunicaciones (DESCO) el cual pertenece al Segundo Comando y Jefe de Estado Mayor FAC, asesora los contenidos de interés que la Oficina de Comunicaciones Públicas de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) considera oportunos para cumplir con su objetivo plasmado en el plan de comunicación estratégica.

RIESGOS Y CONTROLES

Los riesgos asociados al cumplimiento del plan de actividades de la Estrategia de Comunicaciones, son inherentes a la misión que se cumple tanto en el proceso como en la Institución, es por ello, lo delicado y cuidadoso que debe ser el manejo de la información pública tanto a interna como externa.

Si bien es cierto que los niveles de autorización, voceros y demás personas que se involucran en el círculo virtuoso de la comunicación estratégica, están claramente especificados en la doctrina; se debe tener precaución tanto en el incumplimiento del mismo, como en otorgar inadecuadamente información a comunicadores o multiplicadores que puedan afectar tanto la calidad de las tareas, como la misma credibilidad de la Fuerza en manos de personas o entes cuya intención es perjudicar la imagen institucional.

Por tanto, una vez establecido el riesgo “errores, falta de veracidad y divulgación inoportuna en la difusión de información institucional a medios de comunicación”, se planteó un plan de tratamiento de riesgos en donde se establece un cronograma de trabajo durante toda la vigencia para mitigarlo, contempla entonces tareas puntuales que se deben aplicar en todos los niveles del mando no solo para socializarlo, sino también para fortalecer desde cada UMA al proceso a nivel central.

Dicha mitigación se convierte en el control por excelencia de la estrategia, debido a que cada actividad tiene correlación con la siguiente, lo que permite un estricto seguimiento al mismo.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS EPFAC

Acercar a la Escuela de Postgrados de Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) con la sociedad universitaria o públicos objetivos de interés con la campaña 'EPFAC 'Somos pertinencia, calidad e impacto aeronáutico.

Difundir la oferta académica de la EPFAC con la estrategia 'Estudia en la EPFAC' para generar impacto en el público interno (Fuerzas Militares) y el público externo (universitarios).

Visibilizar el proceso de internacionalización referente a los programas académicos e intercambio internacionales (movilidad académica) con la estrategia 'EPFAC por el mundo'.

Difundir el alcance social de la Escuela, así como los convenios y alianzas estratégicas con el sector público y privado en pro de brindar herramientas académicas a nuestros alumnos. La estrategia se denominará 'EPFAC comunica'

Posicionar el proceso de Acreditación Institucional por medio del Sistema Integral de Gestión de la Calidad. Esta campaña va dirigida a la comunidad de la Escuela y públicos externos. Se realizará la estrategia 'Somos calidad'.

Divulgar proyectos de bienestar, seguridad y salud institucional, tendientes a fomentar el cuidado y calidad de vida de nuestro público interno y alumnado. La estrategia se denominará 'Tu bienestar primero'.

Promover los principios de rendición de cuentas y transparencia, alineados a la directriz impartida desde la dirección.

Apoyar al mejoramiento del clima organizacional y del trabajo en equipo.

Vigilar el adecuado uso de la imagen institucional, ayudar a su posicionamiento y consolidar una marca unificada entre la FAC y la EPFAC.



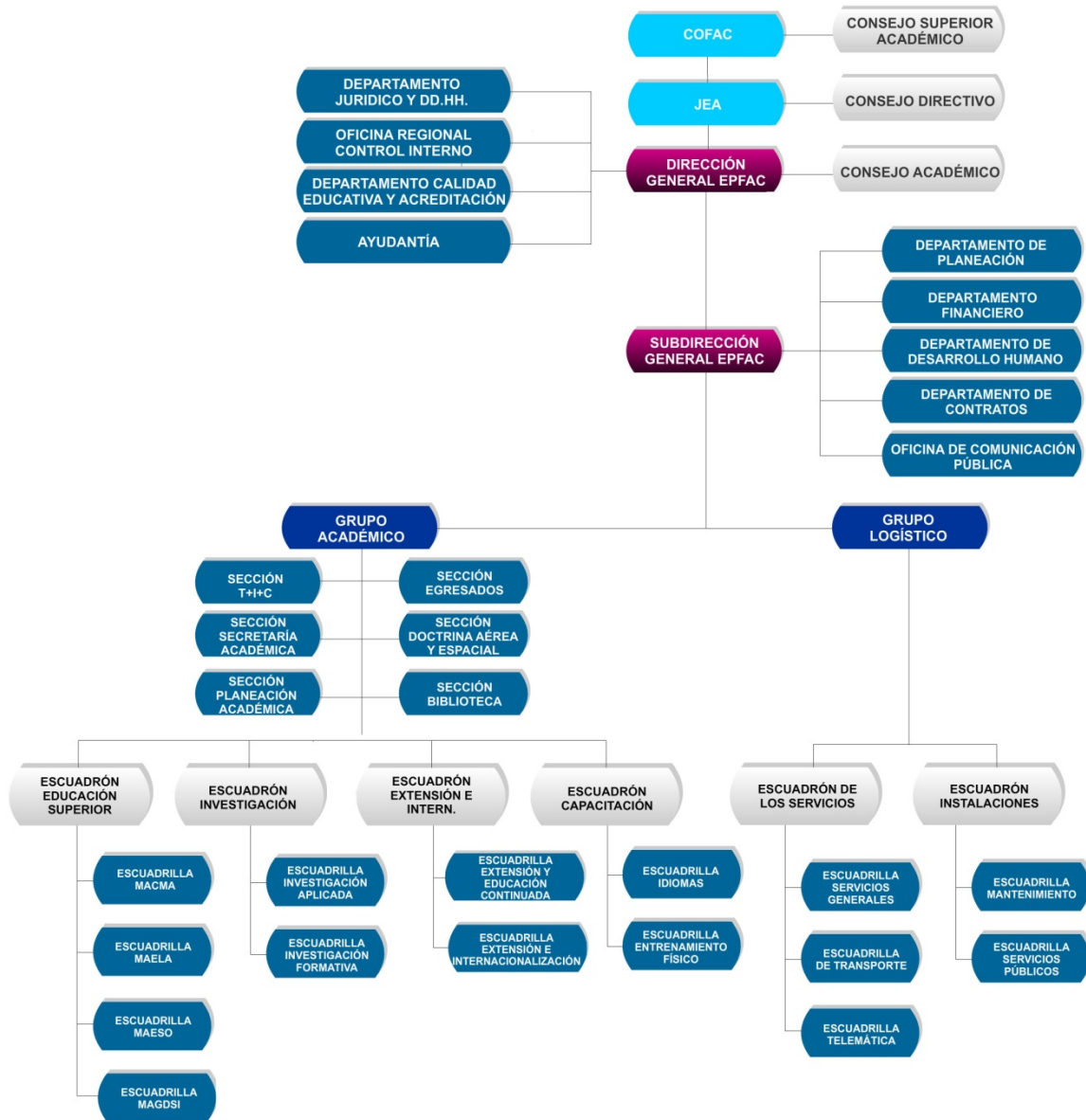
PRINCIPIOS DE ACCIÓN

Este Plan de Comunicaciones Estratégicas se sustenta en cuatro principios básicos que son:



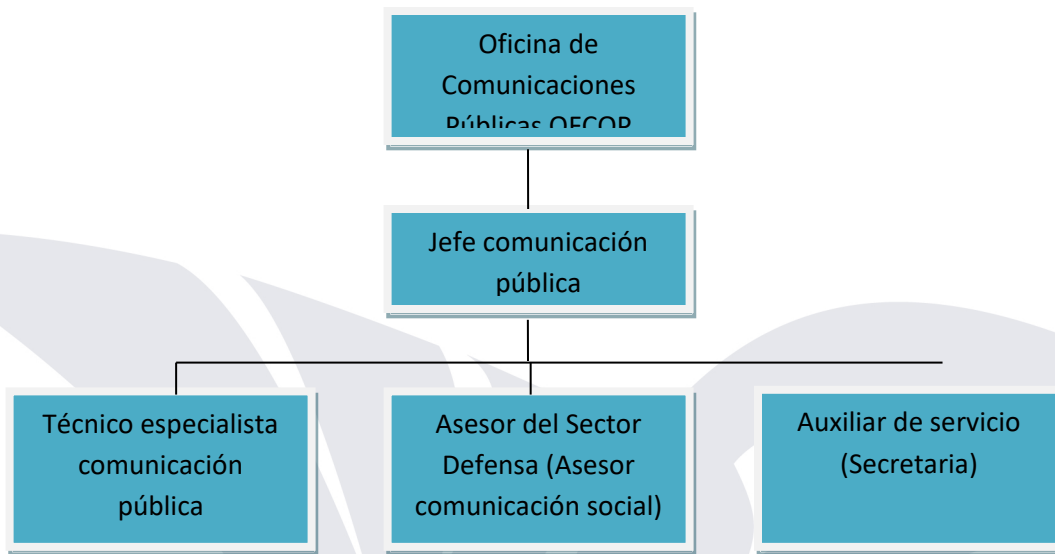


ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL





ORGANIZACIÓN DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES PÚBLICAS





PROCESO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Este proceso permite articular el plan de trabajo entre la directriz impartida desde el Departamento Estratégico de Comunicaciones la Fuerza Aérea Colombiana (DESCO) y la estrategia de comunicaciones de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) garantizando la generación y divulgación de información oportuna y veraz; Así mismo nos permite revelar los planes estratégicos institucionales. Proceso de gestión comunicación informativa, comunicación corporativa, gestión organizacional y medios de comunicación.

PROCESO DE GESTIÓN COMUNICACIÓN INFORMATIVA

Mediante campañas de comunicación externa, la Oficina de Comunicaciones Públicas divulga información de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) a los diferentes grupos objetivos y partes interesadas sobre la gestión institucional con el propósito de propiciar el canal adecuado de intercambio oportuno, transparente y eficaz a la información.

PROCESO DE GESTIÓN COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Crear escenarios y ambientes favorables para las relaciones institucionales internas que permitan un relacionamiento y cooperación dentro de las mismas con el objetivo de contribuir con la proyección, posicionamiento de la imagen institucional y acercamiento estratégico de los diferentes grupos de interés.

PROCESO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Establecer estrategias de comunicación organizacional (interna) cumpliendo los objetivos misionales de la Escuela e involucrar las expectativas de las partes interesadas en el mejoramiento del clima laboral.

PROCESO DE GESTIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Ampliar acciones estratégicas hacia los medios de comunicación y líderes de opinión mediante la divulgación de información de interés con el fin de contribuir a la comunicación efectiva de la gestión institucional.



VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Dentro de la valoración se analizan los elementos del contexto principal que impacta en el desarrollo de las funciones y cumplimiento de los objetivos, así se construye un punto de partida para las líneas del plan estratégico y den luz verde a la identificación, componentes y actividades.

COMPONENTE 01 - BENEFICIARIOS

Proveedores de
información

Consumidores de
información

Aliados

Se identifica las variables del componente 01 - 'Beneficiarios' y se concluye:

- * Se debe vincular a los beneficiarios tanto internos como externos, usuarios que integran la estrategia de comunicaciones de la EPFAC.
- * Tener en cuenta la percepción e imagen institucional importante en el cliente externo.
- * Nuestros aliados, son los medios de comunicación, líderes de opinión, docentes, entidades gubernamentales.

COMPONENTE 02 - CANALES

Mensajería
instantánea

Página web

Intranet

Carteleras
informativas

Boletines digitales

Redes Sociales

Correo electrónico

Voz a voz

Se identifica las variables del componente 02 - 'Canales' y se concluye:

- * Todos los canales de comunicación internos deben estar actualizados, que permitan una eficiencia en la prestación de los servicios.
- * Es importante hacer presencia en canales como programa de televisión institucional y nacional, prensa radial, prensa escrita.
- * Generar de manera activa, contenido para Redes Sociales RRSS de la FAC, donde se ha evidenciado un impacto positivo.
- * Alinear toda la información institucional que se genere interna y externa en torno a: la gestión, programas y proyectos que adelanta la EPFAC / Evitar fugas de información.



COMPONENTE 03 - RELACIONES

Credibilidad

Cooperación, apoyo a
procesos

Reconocimiento

Cordialidad

Transparencia

Informativa

Se identifica las variables del componente 03 -
'Relaciones' y se concluye:

- *La credibilidad y la confianza debe ser el ambiente que reciban los beneficiarios.
- La comunicación se debe implementar como una estrategia de relación bidireccional.

COMPONENTE 04 - BENEFICIOS RECIBIDOS

Visibilidad

Educación de calidad

Oportunidades

Fácil acceso a la
información de
interés al público
externo

Se identifica las variables del componente 04 -
'Beneficios recibidos' y se concluye:

- * Basados en la Gestión de Comunicaciones debe atender al público interno y externo, de acuerdo a las necesidades y requisitos que se identifiquen.
- * La veracidad y oportuna entrega de la información solicitada por nuestro público, fortalece la comunicación con los usuarios.



COMPONENTE 05 - RECURSOS

Recurso humano/Equipo de trabajo

Recursos tecnológicos

Recursos financieros

Recursos de infraestructura

Puestos de trabajo

Se identifica las variables del componente 05 - 'Recursos' y se concluye:

- * Instrumentos requeridos para generar un valor agregado a los servicios que se prestan.
- * El recurso humano, tecnológico y financiero nos ayudan a potenciar la calidad institucional y nos da oportunidad de realizar una prestación del servicio positiva.
- *Se evidencia importante contar con capacitación especializada, telefonía/datos corporativos.

COMPONENTE 06 - ACTIVIDADES

La información generada por cada una de las secciones que integra la EPFAC encabezada desde la dirección.

Se identifica las variables del componente 06 - 'Actividades' y se concluye:

- * Circulación y Divulgación de la Información.
- *Compromiso con el Gobierno en Línea.
- *Compromiso con la Información Institucional.
- *Confidencialidad con información privilegiada de reserva de la institución.
- *Desarrollo de la comunicación organizacional.



COMPONENTE 07 - ALIANZAS

**Instituciones de
Educación Superior
(IES) nacionales o
internacionales**

**Organismos
internacionales**

Entidades públicas

**Secretarías de
educación**

**Se identifica las variables del componente 07 -
'Alianzas' y se concluye:**

- * Se deben identificar los socios estratégicos internos y externos que contribuyen al desarrollo en la prestación del servicio educativo.
- * Vincular socios estratégicos, entidades del orden nacional y medios de comunicación nacionales e internacionales.

COMPONENTE 08 - ESTRUCTURAS DE COSTOS

**Se estructura de
acuerdo a las
necesidades de la
campana y a los
recursos existentes**

**Se identifica las variables del componente 08 -
'Estructuras de costos' y se concluye:**

Los seminarios, simposios, conferencias, jornadas académicas o participación en eventos de impacto nacional deben ser discutidos y evaluados con el área encargada y la dirección de la Escuela.



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Retomamos desde el objetivo de este Plan de Comunicaciones Estratégicas: Visibilizar la imagen institucional de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana con servicios de comunicación efectiva que cautive a nuevos públicos que buscan la excelencia en programas académicos posgraduales y fortalecer la credibilidad en los públicos internos que conocen nuestra gestión.

Alineados con las directrices del Ministerio de Educación Nacional, somos responsables de garantizar la difusión e intercambio oportuno, y eficaz de mensajes e información de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) socializarla con los diferentes grupos de interés mediante la formulación, participación, desarrollo y ejecución de planes de comunicación organizacional, corporativa, informativa, y de medios de comunicación.

Así mismo se debe ofrecer la asesoría en comunicación estratégicas para tener un flujo de información veraz y oportuno que se pueda socializar con los interesados y genere la toma de decisiones en favor siempre de la institución.

Las dependencias o áreas que en desarrollo de sus funciones soliciten crear o rediseñar una campaña, seguirán el siguiente protocolo:

El área o dependencia de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea deberá realizar la solicitud, vía correo electrónico, con copia al jefe de área solicitante, y adjuntar la información a publicar.

Los contenidos a publicar deberán estar aprobados por los jefes de cada sección, quienes son los responsables de enviar el contenido a la Oficina de Comunicaciones Públicas de la EPFAC.

La información debe ser una cooperación y participación de todos los interesados en la publicación de la misma, todos son responsables de que cumpla con los parámetros básicos de una redacción,

¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Dónde? formando así el eje de la estructura del texto, se puede jerarquizar la información partiendo de los contenidos básicos mencionados anteriormente y complementarla a medida que aumentan los detalles de la actividad.

A continuación, presentamos otros parámetros claves para una información oportuna y veraz.



1

Los contenidos deben ser claros y de lenguaje sencillo. no debe dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que hay personas de distintos niveles de educación, edades y regiones del país. diferentes.

2

Se deben seguir las normas gramaticales y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.

3

Deben evitar las abreviaturas. Si se necesita utilizar, después de que se emplea por primera vez.

4

Al usar siglas, de inmediato debe indicarse su significado.

5

No se debe usar tecnicismos, a menos que sea estrictamente necesario, en cuyo caso debe explicar su significado inmediatamente, tan pronto es utilizado por primera vez

6

Los términos en idiomas extranjeros deben evitarse, a menos que deban ser requeridos.



ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO ESTUDIANTIL

Estrategia de comunicación, difusión y acompañamiento de las maestrías para mantener las tasas de permanencia estudiantil y graduación exitosa.

La Oficina de Comunicaciones Publicas (OFCOP) realiza sus estrategias comunicativas basada en su plan de comunicaciones estratégicas 2020 - 2025, donde se manifestó el interés y la importancia de crear un área que sea idónea en desarrollar planes estratégicos efectivos en el proceso de comunicación interna como externa.

Basados en los lineamientos institucionales exigidos por la dirección de la Escuela y las condiciones de calidad educativa impartidas por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) a través de los Lineamientos de Acreditación Institucional, el Plan de Comunicaciones Estratégicas de la EPFAC es la hoja de ruta que busca dar respuesta a las necesidades comunicativas de la Institución con el objetivo de visibilizar la gestión académica que desarrolla la EPFAC.

¿Cómo se alcanzará este objetivo? existen diversas herramientas y canales que se implementaran, una de ellas es el uso de medios de comunicación convencionales, como la televisión, radio, prensa; pero estos canales han evolucionado con la llegada del internet y las Redes Sociales (RRSS) es allí donde se incorpora la comunicación 3.0 donde el individuo, no solo recibe la información, sino que la evalúa, comparte e interactúa con la misma en tiempo real.

OBJETIVO

Visibilizar la imagen institucional de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) con servicios de comunicación efectiva que captive a nuevos públicos que buscan la excelencia en programas académicos posgraduales y fortalecer la credibilidad en los públicos internos que conocen nuestra gestión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Divulgar ampliamente la oferta académica, investigativa y cultural de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana.
2. Visibilizar el proceso de internacionalización que ofrece la Escuela, basado en la cooperación y movilidad de intercambio académico de sus estudiantes.
3. Desarrollar estrategias de comunicación dirigidas a la comunidad universitaria y públicos externos.
4. Fortalecer la comunicación interna de las diferentes aéreas que integra la Escuela, evitando la desinformación y promover asertivamente el sentido de pertenencia institucional.



ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO

Mecanismos de difusión de información

1. La plataforma y página web de la EPFAC se utiliza para difundir información relacionada con permanencia y graduación de estudiantes.
2. Desarrollo de folletos digitales informativos y publicaciones para la difusión de información sobre las políticas y acciones que ejecuta la Institución.
3. El correo electrónico como medio habitual para la difusión de la información sobre las políticas y actividades académicas de la EPFAC.
4. Semestralmente se realizarán eventos y reuniones para difundir información sobre las políticas y acciones académicas de la EPFAC.
5. Difusión de información sobre permanencia y graduación.
6. Brindar información sobre las herramientas académicas, entre ellas tutorías, métodos y técnicas de estudio y el acompañamiento en la elaboración del trabajo de grado para prevenir la deserción.

Lo más importante, es que esta estrategia de comunicación asume los criterios a favor del cumplimiento del objetivo principal. El apoyo directivo es uno de los elementos necesarios para la institucionalización de una política de comunicación, cuando se convierte en una directriz, se facilita la institucionalización a través de los sistemas de información hacen parte de un engranaje, los datos obtenidos tienen un propósito claro y son utilizados como insumo para la toma de decisiones en pro del beneficio estudiantil.

ESTRATEGIA DE PERMANENCIA Y GRADUACIÓN ESTABLE EN LA EPFAC

- ✚ Estimular el interés de los estudiantes por temas de actualidad desde las líneas de investigación de los programas.
- ✚ Acompañamiento desde el primer semestre de ingreso a los estudiantes en la elaboración de los proyectos de grado, con un seguimiento constantes, avances periódicos del proyecto de investigación, además, de acompañarlos con estrategias pedagógicas y didácticas extracurriculares como talleres en metodología de la investigación desarrollados de manera presencial y virtual.
- ✚ Dar a conocer el reglamento académico de la EPFAC, se ofrece al estudiante la posibilidad de realizar un Curso de actualización, para quien por diferentes circunstancias han perdido su calidad de estudiante la puedan recuperar.
- ✚ Dar a conocer las actividades académicas encaminadas al refuerzo de los conocimientos, habilidades y competencias en investigación.
- ✚ Incentivar a estudiantes para participaren eventos académicos nacionales e internacionales.



- ✚ Involucrar a los estudiantes en proyectos de investigación. Lo anterior con el ánimo de brindar un mejor acompañamiento al estudiante durante el desarrollo de su proyecto de grado.

Las anteriores estrategias, buscan promover la permanencia de los estudiantes en tener una tasa de deserción promedio de cero.

También, la Institución cuenta con becas para los estudiantes que se esfuerzan académica mente que son sobresalientes como estrategia que favorece la permanencia en los programas como:

- ✚ Dar a conocer los convenios para crédito educativo con el ICETEX e instituciones financieras.
- ✚ Realizar la promoción y participación de estudiantes en eventos académicos nacionales e internacionales en el entorno a seminarios, congresos, talleres y diálogo de saberes.
- ✚ Apoyo y acompañamiento a los estudiantes desde la virtualidad y las distintas plataformas digitales.
- ✚ Cubrimiento y beneficios de las salidas pedagógicas a empresas del sector Aeronáutico.

PRINCIPALES NECESIDADES ¿POR QUÉ SE DEBE REALIZAR UNA ESTANDARIZACIÓN DE CONTENIDOS WEB?

Como Institución de Educación Superior la página web se convierte en una herramienta fundamental a la hora de evidenciar el trabajo que se realiza en la Escuela; así como una vitrina para mostrar los programas que se ofrecen, es por ello que dicha información debe ser clara y directa, donde los internautas tenga un click lo que necesitan saber. Es así que nace la necesidad de reorganizar la información que reposa en cada uno de los subsitios de la Maestría en Seguridad Operacional (MAESO) - Maestría en Logística Aeronáutica (MAELA) - Maestría en Dirección y Gestión de la seguridad Integral (MADGSI) y Maestría en Ciencias Militares Aeronáuticas (MACMA).

PLAN DE ACCIÓN OFCOP - RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN Y RESPONSABILIDADES

A continuación presentamos el Plan de Acción articulado al Plan Estratégico de comunicaciones EPFAC 2020. Agentes a participar en el proceso:

- ✚ Departamento de Desarrollo Humano (DEDHU)
- ✚ Departamento Financiaron (DEFIN)
- ✚ Sección Secretaria Académica (SEACA)
- ✚ Escuadrón de Educación Superior (ESEDU)
- ✚ Maestría en Ciencias Militares Aeronáuticas (MACMA)
- ✚ Maestría en Logística Aeronáutica (MAELA)
- ✚ Maestría en Seguridad Operacional (MAESO)
- ✚ Maestría en Dirección y Gestión de la seguridad Integral (MADGSI)



ACTIVIDADES A PROMOVER

-  Inscripción
-  Admisión y matrícula
-  Citaciones a clases
-  Encuestas
-  Videos
-  Notas internas (administrativas y difusión de documentos reglamentarios)
-  Costos pecuniarios
-  Calendarios académicos
-  Boletín informativo (noticias académicas)
-  Boletín divulgativo de resultados de investigación
-  Actividades de bienestar
-  Otras gestiones académico administrativa

CRONOGRAMA CANALES DE COMUNICACIÓN Y RESPONSABLES

ACTIVIDAD	CANAL DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO / RESPONSABLE
Inscripción	Página web EPFAC, correo masivo, redes sociales	1. Suministro de información fechas / SEPLA GRUAC. 2. Elaboración de comunicado / OFCOP. 3. Publicación web / SETIC. 4. Difusión en redes / OFCOP.
Admisión y matrícula	Página web EPFAC y correos personalizados	1. Suministro de datos admitidos / SEPLA GRUAC. 2. Elaboración de comunicado / OFCOP. 3. Publicación en la web /SETIC. 4. Envío correo a los admitidos / Programas.
Citaciones a clases	Oficio circular	1. Elaboración de oficio / SEPLA GRUAC. 2. Elaboración de Boletín / OFCOP. 3. Publicación en la web /SETIC. 4. Envío correo a los estudiantes /



		Programas.
Encuestas	Correo personalizados y WhatsApp	1. Estandarización / SETIC

ACTIVIDAD	CANAL DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO / RESPONSABLE
Videos	Redes sociales	1. Necesidades y preproducción / Programas. 2. Producción y edición / SETIC. 3. Difusión en redes / OFCOP.
Difusión de normatividad vigente EPFAC	Web - Blackboard	1. Suministro de información / DEFIN - SEPLA GRUAC. 2. Publicación en la web /SETIC.
Costos pecuniarios	Web - Blackboard	1. Suministro de información / DEFIN - SEPLA GRUAC. 2. Publicación en la web /SETIC.
Calendarios académicos	Página web EPFAC	1. Suministro de información / Programas. 2. Estandarización de diseños / SETIC. 3. Publicación en la web /SETIC.
Boletín (noticias académico-administrativas, difusión de documentos reglamentarios)	Correo masivo y página web EPFAC, Blackboard (TRIMESTRAL)	1. Suministro de información / Programas. 2. Elaboración del boletín / OFCOP. 3. Publicación en web, Blackboard / SETIC.
Boletín divulgativo de	Página web EPFAC (ANUAL)	1. Suministro de información / Programas.



resultados de investigación		2. Elaboración del boletín / OFCOP. 3. Publicación en web, Blackboard / SETIC.
Actividades de bienestar	Correos masivos, web, redes sociales y WhatsApp	1. Suministro de información / DEDHU. 2. Elaboración del boletín / OFCOP. 3. Publicación en web, Blackboard / SETIC.
Otras gestiones académico administrativas	Correos personalizados y WhatsApp	Coordinadores

FORMATO DE RECEPCIÓN DEL DOCUMENTO

IMPORTANTE: Para llevar a cabo la redacción del boletín o comunicado es fundamental adjuntar dos fotografías de la actividad.

-  Actividad desarrollada
-  ¿Quiénes participaron?
-  ¿A quiénes va dirigido?
-  Objetivo de la actividad
-  ¿Cuándo?
-  Lugar
-  Cifras para destacar
-  Programa que solicita el boletín o comunicado
-  Información del Contacto para enviar información

 ARMAC-ESCUELA DE POSTGRADOS OFICINA DE COMUNICACIONES PÚBLICAS OFICOP FORMATO SOLICITUD BOLETÍN INFORMATIVO Y/O COMUNICADO DE Prensa 	
IMPORTANTE: Para llevar a cabo la redacción del boletín o comunicado es fundamental adjuntar dos fotografías de la actividad.	
Actividad desarrollada	Nombre de la actividad que se realizó. Ejemplo: Claveure, reuniones, coloquios, visitas académicas etc...
¿Quiénes participaron?	Sección de DEDHU involucrada en la actividad, o el nombre de la dependencia que la planeó
¿A quiénes va dirigido?	Ejemplo: Estudiantes, directivos, personal interno etc...
Objetivo de la actividad	Por qué se realiza esta actividad
¿Cuándo?	Fecha de realización de la actividad o la que se tiene proyectada
Lugar	
Cifras para destacar	Ejemplo: Número de participantes en la actividad, etc...
Programa que solicita el boletín o comunicado	
Información del Contacto para enviar información	



PROGRAMACIÓN INDUCCIÓN ESTUDIANTES

Como es habitual en la Institución cuando ingresan los estudiantes de primer semestre de las Maestría, se realiza una inducción de los procesos relevantes de las diferentes áreas de la gestión académica y de las que apoyan dichas actividades.

Por lo anterior, es importante contar con su participación para garantizar que los maestrantes conozcan la normatividad, políticas y procedimientos que les permita desarrollar sus clases de manera óptima. En ese sentido, se relaciona la programación, dependencia y temáticas a tratar en la inducción:

INDUCCIÓN

Dirección EPFAC

- Saludo de bienvenida y políticas generales de la EPFAC

Grupo Académico (GRUAC)

- Organigrama de GRUAC
- Conducto regular
- Políticas de cumplimiento de clases remotas mediadas por la TIC.
- Proyección de programación académica 2021 (clases presencial o remotas)

Secretaría Académica

- Procedimiento para efectuar la matrícula (documentos, medio y plazos)
- Derechos y deberes de los estudiantes (de acuerdo a reglamento vigente)
- Notas (mínima de aprobación)
- Calidad de estudiante
- Procedimiento solicitud de becas
- Trámite administrativo para proyecto de grado
- Trámite para solicitud certificados, constancias o algún requerimiento administrativo
- Correo y números de contactos

Escuadrón de Investigación

- Reglamento de Investigación EPFAC
- Trámite administrativo para proyecto de grado (documentos y plazos)
- Estructura del trabajo de grado por semestre (fases de avance)
- Asignación de tutores metodológico y director técnico



- Formatos generales e instructivo (ejemplo: seguimiento de tutorías)
- Modalidades de trabajo de grado para maestría
- Correo y números de contactos

Sección TIC

- Organigrama de la Sección
- Inducción de general de las plataformas virtuales que tiene la EPFAC y externas que se puedan manejar para apoyo en las clases remotas mediadas por las TIC.
- Tips para garantizar una óptima conexión
- Rutas de acceso y contenido en la página oficial de la EPFAC (pagos, formatos, calendario académico, derechos pecuniarios, eventos académicos, etc)
- En caso de soporte técnico dar los contactos

Administrador de la Blackboard

- Generalidades de la plataforma (donde se halla el link de enlace, ingreso y que encuentran en la blackboard, diferencia de uso en pc y celular Apple/Android)
- Correo y números de contactos.

Cada Maestría destinará un espacio en su horario para realizar una capacitación más detallada del uso de la plataforma y verificación de acceso

Biblioteca

- Bases de datos
- Consulta biblioteca virtual
- Convenios con otras bibliotecas
- Trámite para entrega del CD trabajo de grado y formato
- Repositorio trabajos de grado EPFAC
- Trámite para préstamo de libros
- Correo y números de contactos

Calidad educativa

- Modelo de evaluación de la EPFAC
- Importancia de diligenciar las evaluaciones docente e institucional
- Muestra de cómo les aparecerá las evaluaciones en la plataforma virtual
- Datos de contacto



Bienestar académico

- Presentar todas las actividades relacionada con esta sección.

OBSERVACIONES

- Se requiere conocer si los estudiantes cuentan con un material digital que agrupe
- toda esta información (Elemento de consulta)
- Se requiere conocer si existe una carpeta de bienvenida con dicha información.
- Se debe realizar un método de evaluación por parte de los nuevos estudiantes.

Estrategia de comunicación para los cursos de extensión de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana EPFAC

En el año 2020 se abordó la necesidad de estructurar una Oficina de Comunicaciones Publicas dentro de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC), donde se manifestó el interés y la importancia de crear un área que sea idónea en desarrollar planes estratégicos efectivos en el proceso de comunicación interna como externa.

Basados en los lineamientos institucionales exigidos por la dirección de la Escuela y las condiciones de calidad educativa impartidas por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) a través de los Lineamientos de Acreditación Institucional, el Plan de Comunicaciones Estratégicas de la EPFAC es la hoja de ruta que busca dar respuesta a las necesidades comunicativas de la Institución con el objetivo de visibilizar la gestión académica que desarrolla la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana.

El objetivo principal de este Plan de Comunicaciones es visibilizar la imagen institucional de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana. Dentro de este propósito esta identificar, organizar y divulgar todas las secciones que integra la EPFAC; es por ello que se ejecutará una estrategia para los cursos de extensión que promueve la Escuela.

CURSOS A PROMOVER:

- 📖 Curso Básico de Capacitación
- 📖 Curso de Liderazgo Táctico y Comandante de Escuadrón
- 📖 Curso de Seguridad Operacional
- 📖 Diplomado en doctrina de Operaciones Militares
- 📖 Diplomado en Operaciones Logísticas
- 📖 Diplomado en Seguridad Integral



Es importante señalar que estos cursos de extensión aplican para dos tipos de públicos, el público interno, que refiere al personal militar de la Fuerza Aérea Colombiana (FAC) y su entorno institucional, y al público externo que abarca a la población civil.

¿EN QUÉ CONSISTEN ESTOS CURSOS?

Curso Básico de Capacitación:

Propósito de formación: Capacitar al personal de Oficiales Subalternos del grado teniente próximos a ascender al grado de capitán en los conceptos teóricos que fundamentan la Fuerza Aérea Colombiana, su doctrina de operaciones y las lecciones aprendidas en el desarrollo de operaciones aéreas, con el fin de brindarle herramientas teóricas y prácticas para la toma acertada de decisiones, el asesoramiento correcto a los escalones superiores, el análisis y la evaluación de riesgos y situaciones inesperadas bajo un marco legítimo. Este curso tiene una duración de 89 días.

Curso de Liderazgo Táctico y Comandante de Escuadrón:

Propósito de formación: Desarrollar en los Oficiales de grado capitán próximos a ascender al grado de mayor las competencias necesarias para el desarrollo apropiado de sus funciones como oficiales superiores, permitiendo el fortalecimiento de habilidades del liderazgo propias del militar, así como el fomento de habilidades que le permitan argumentar, analizar y tomar decisiones en el desarrollo y aplicación de la estrategia nacional que impacten positivamente a la Fuerza y al país. Este curso tiene una duración de 120 días.

Curso de Seguridad Operacional:

1. Capacitar al personal del sector aeronáutico en el conocimiento de los factores técnicos y humanos que afectan la aeronavegabilidad de un sistema de aviación, fortaleciendo sus habilidades para evidenciar peligros en el mantenimiento.
2. Capacitar al sector aeronáutico nacional en Seguridad Aérea, con conocimientos tanto en Prevención como Investigación de Accidentes, de este modo puedan minimizar los riesgos que se puedan presentar en las operaciones de las Fuerzas Aéreas o empresas del sector militar y civil, teniendo en cuenta la prevención de los recursos humanos y materiales, trazados no solo por la institución sino que a su vez contribuye al fortalecimiento de la cultura de la seguridad en la aviación y el ámbito aeronáutico en general. Este curso tiene una duración de 89 días.

Diplomado en Doctrina de Operaciones Militares:

Capacitar a funcionarios de la Fiscalía General de la Nación a través de una acción formativa que integra los conceptos técnicos, procedimientos y actuaciones propias del derecho operacional militar, contextualizando a los estudiantes con conceptos básicos concernientes a doctrina militar y políticas institucionales de cada una de las Fuerzas Militares. Este diplomado tiene una duración de 106 horas.



Diplomado en Operaciones Logísticas:

Objetivo: Complementar los conocimientos y fortalecer las competencias de los estudiantes en relación a las operaciones logísticas asociadas al suministro, programación y control de la producción, gestión de centros de distribución y distribución física internacional. El público objetivo son profesionales que se desempeñen en las áreas logísticas de organizaciones nacionales o extranjeras que deseen mejorar sus conocimientos y desempeño en operaciones logísticas. Este diplomado tiene una duración de 96 horas virtuales - 2 meses.

Diplomado en Seguridad Integral:

El Diplomado en Seguridad Integral y Gestión del Riesgo pretende brindar a los estudiantes conocimientos básicos y específicos sobre la gestión de la seguridad y la Gestión del Riesgo en el ámbito público y privado en Colombia.

Su alcance busca desarrollar habilidades a nivel táctico y operativo en el diagnóstico, diseño, implementación y evaluación de la seguridad integral en aquellos líderes de seguridad corporativa y seguridad y defensa de bases, que le permita al estudiante ampliar sus conocimientos en el ámbito de la Seguridad y la Gestión del Riesgo. Este diplomado tiene una duración de 96 horas virtuales.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

La Oficina de Comunicaciones Públicas de la EPFAC junto con la junta con el Escuadrón de extensión e internacionalización desarrollarán la siguiente hoja de ruta:

1. Acompañamiento permanente desde el día uno (1) del ingreso de los estudiantes donde se les presentará todas las herramientas con las que contarán dentro de la Escuela para llevar con éxito la finalización de su curso.
2. Dar a conocer el trabajo que desarrollan los estudiantes durante su curso, con el propósito de visibilizar las actividades más relevantes y generar un producto comunicacional ya sea, boletines de prensa, material audiovisual o narrativa digital y darlo a conocer a los públicos internos como externos.
3. Evidenciar el trabajo y las novedades educativas que genera el Escuadrón de extensión e internacionalización

Lo anterior está ligado estrechamente a los procesos de gestión de la comunicación, tanto comunicación formativa, comunicación corporativa, gestión organizacional y la gestión en los medios de comunicación.



COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS INTERNOS

La comunicación de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC), de acuerdo a lo estipulado por el Ministerio de Educación Nacional debe facilitar la construcción de la cultura organizacional, por medio de diversos espacios de interlocución, de difusión de mensajes.

La comunicación organizacional está fundamentada por la construcción de sentido de pertenencia y por el establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los funcionarios que laboran dentro de la institución, sin perjudicar de la jerarquía de la estructura institucional.

El proceso inicia con una planeación, posterior se reciben las solicitudes de comunicación por parte de las dependencias, se brinda asesoría y desarrollo de contenidos y piezas publicitarias y termina con el seguimiento y control.

La comunicación interna de la Escuela de Postgrados debe propiciar espacios de participación y respeto, que permita un trabajo en equipo y la sinergia entre las diferentes dependencias de la institución.

La cultura organizacional consta del aprendizaje mutuo y la disposición al cambio, como componentes básicos de la misma.

Se realizará una permanente actualización de los medios de comunicación internos que deberá llegar en forma masiva a todos los colaboradores.

COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS EXTERNOS

Este proceso se ejecuta con la identificación de las campañas a ejecutar y con la definición de los públicos a los cuales se va a dirigir.

Consecutivamente, se realiza la validación y aprobación de la campaña y se determina el medio a utilizar, finalmente se realiza el seguimiento y control.

Es importante tener en cuenta que estos públicos deben estar orientados hacia el fortalecimiento de la imagen institucional mediante un servicio de calidad, orientado a escuchar a la comunidad.

La EPFAC informará a la comunidad educativa acerca d sus políticas, objetivos, decisiones, proyectos misionales y resultados, mediante los diferentes canales de información que decida.



RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se debe entablar una correlación de la institución con los medios de comunicación y esta solo tendrá un manejo de carácter institucional y estructurada en los principios de veracidad y sujeta a las sugerencias y aprobación directa del Departamento Estratégico de Comunicaciones la Fuerza Aérea Colombiana (DESCO).

El proceso comienza con la identificación de la información a divulgar y la definición del modo de operación con medios de comunicación, luego, continua con las herramientas de comunicación mediante la consolidación, desarrollo, producción, envío, acompañamiento y gestión de información, noticias, actividades, mensajes y eventos. El proceso termina con el seguimiento de la información divulgada sobre la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) y el análisis de los aciertos y desaciertos del contenido.

VOCERÍA INSTITUCIONAL

Los voceros de la Escuela deben ser autorizados por la dirección de la EPFAC quienes no asumirán una posición propia; sino institucional, estas personas designadas deben expresar únicamente el tema de su competencia; de igual forma la Oficina de Comunicaciones Públicas le suministrará con anterioridad la información del manejo de la entrevista.

MANEJO DE IMAGEN INSTITUCIONAL

La estructuración de contenidos mediante publicidad, cartillas, folletos digitales o impresos, backing, vallas, productos audiovisuales de radio o televisión deben ser presentados previamente a la Oficina de Comunicaciones Públicas y Edumática de la EPFAC.

Todo contenido a difundir deberá ajustarse a lo establecido en el manual de identidad visual de la Escuela y el manual de la imagen institucional de la Fuerza Aérea Colombiana.

CANALES DE COMUNICACIÓN DISPONIBLES DENTRO DE LA ESCUELA DE POSTGRADOS DE LA FUERZA AÉREA COLOMBIANA (EPFAC)

Canales de comunicación interna	Canales de comunicación externa
Intranet	Página web
Correos electrónicos personales y masivos	<u>Redes sociales FAC</u> , <u>Fanpage de Facebook</u> , <u>Instagram</u> , Twitter y <u>YouTube FAC</u>
Programa de televisión de la Fuerza Aérea Colombiana. Emisión a nivel nacional.	Campus virtual Blackboard AVAFP
Carteleros informativos (Físicas y digitales)	Carteleros informativos (Físicas y digitales)
Chat Microsoft TEAMS	Canal de <u>YouTube</u> - Escuela de Postgrados - Fuerza Aérea Colombiana
Boletines informativos - Digitales	Boletines informativos - Digitales
Emisora Institucional	Campus virtual Blackboard AVAFP



CAMPAÑAS ESTRATÉGICAS EPFAC - CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO

CAMPAÑAS		'EPFAC 'SOMOS PERTINENCIA, CALIDAD E IMPACTO AERONÁUTICO!'
Objetivo	Acercar a la Escuela de Postgrados de Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) con la sociedad universitaria o públicos objetivos de interés.	
Actividades	1. Boletín Informativo y redes sociales. 2. Radio: Informativo nacional, cuñas radiales, programas institucionales. 3. Web FAC: Subsitio EPFAC 4. Revista aeronáutica. 5. Correos masivos 6. Redes Sociales: Twitter (FAC), Instagram (FAC), Facebook (FAC) Youtube (FAC-EPFAC), LinkedIn (EPFAC)	
Meta	La establecida con el jefe de la oficina y la necesidad de la campaña.	
Indicadores a evaluar	Es equivalente al número de actividades desarrolladas.	
Información a transmitir	Actividades relevantes, trabajos de grados destacados	
Medio a utilizar	Redes sociales FAC, correo masivo, pantallas informativas, radio, página web, revista aeronáutica.	
Población objetivo	Comunidad académica en general.	
Seguimiento	Se realizará a través de evidencias de las difusiones	



CAMPAÑA		'ESTUDIA EN LA EPFAC'
Objetivo	1. Difundir la oferta académica de la EPFAC para generar impacto en el público interno (Fuerzas Militares) y el público externo (universitarios).	
Actividades	1. Boletín Informativo y redes sociales. 2. Radio: Informativo nacional, cuñas radiales, programas institucionales. 3. Web FAC: Subsitio EPFAC 4. Revista aeronáutica. 5. Correos masivos 6. Redes Sociales: Twitter (FAC), Instagram (FAC), Facebook (FAC) Youtube (FAC-EPFAC), LinkedIn (EPFAC)	
Meta	La establecida con el jefe de la oficina y la necesidad de la campaña.	
Indicadores a evaluar	Número de actividades de visibilidad realizadas.	
Información a transmitir	Promoción de oferta académica	
Medio a utilizar	Redes sociales FAC, correo masivo, pantallas informativas, radio, página web, revista aeronáutica.	
Población objetivo	Comunidad académica en general.	
Seguimiento	Se realizará a través de evidencias de las difusiones	



CAMPAÑA		'EPFAC POR EL MUNDO'
Objetivo	Dar a conocer el proceso de internacionalización referente a los programas académicos e intercambios internacionales (movilidad académica).	
Actividades	1. Boletín Informativo y redes sociales. 2. Radio: Informativo nacional, cuñas radiales, programas institucionales. 3. Web FAC: Subsitio EPFAC 4. Revista aeronáutica. 5. Correos masivos 6. Redes Sociales: Twitter (FAC), Instagram (FAC), Facebook (FAC) Youtube (FAC-EPFAC), LinkedIn (EPFAC)	
Meta	La establecida con el jefe de la oficina y la necesidad de la campaña.	
Indicadores a evaluar	Es equivalente al número de actividades desarrolladas.	
Información a transmitir	Todo lo referente al proceso de Internacionalización.	
Medio a utilizar	Redes sociales FAC, correo masivo, pantallas informativas, radio, página web, revista aeronáutica.	
Población objetivo	Comunidad académica en general.	
Seguimiento	Se realizará a través de evidencias de las difusiones	



CAMPAÑA		'EPFAC COMUNICA'
Objetivo	Difundir las actividades académicas de los programas.	
Actividades	1. Diseñar y divulgar en las redes sociales de la Fuerza Aérea Colombiana (FAC) información referente a la gestión y desarrollada en cumplimiento de los objetivos impartidos por la dirección de la EPFAC.	
Meta	La establecida con el jefe de la oficina y la necesidad de la campaña.	
Indicadores a evaluar	Es equivalente al número de actividades desarrolladas y a la actividad (si la realiza) rendición de cuentas.	
Información a transmitir	Información de las actividades desarrolladas por los programas académicos.	
Medio a utilizar	Redes sociales FAC, correo masivo, pantallas informativas, radio, página web, revista aeronáutica.	
Población objetivo	Comunidad académica en general.	
Seguimiento	Se realizará a través de evidencias de las difusiones	



CAMPAÑA 'TU BIENESTAR PRIMERO'	
Objetivo	Divulgar proyectos de bienestar, seguridad y salud institucional, tendientes a fomentar el cuidado y calidad de vida de nuestro público interno y alumnado.
Actividades	1. Boletín Informativo y redes sociales. 2. Web FAC: Subsitio EPFAC 3. Correos masivos

Meta	La establecida con el jefe de la oficina y la necesidad de la campaña.
Indicadores a evaluar	Número de actividades de comunicación programadas del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.
Información a transmitir	Información relacionada con actividades de bienestar y seguridad y salud en el trabajo.
Medio a utilizar	Redes sociales FAC, correo masivo, pantallas informativas, radio, página web, revista aeronáutica.
Población objetivo	Comunidad académica en general.
Seguimiento	Se realizará a través de evidencias de las difusiones



CAMPAÑA	
'SOY EGRESADO DE LA EPFAC'	
Objetivo	Mantener la relación permanentemente entre la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) y sus egresados
Actividades	1. Mantener informada la comunidad de los egresados los avances académicos y los convenios permanentes que adquiere la Escuela. 2. Visibilizar las diferentes actividades que desarrolla la Oficina de Egresados de la EPFAC 3. Cubrimiento de las actividades que lidera la oficina de egresados.

Meta	La establecida con el jefe de la oficina y la necesidad de la campaña.
Indicadores a evaluar	Número de actividades de comunicación programadas por la Oficina de Egresados de la EPFAC.
Información a transmitir	La suministrada por la Oficina de Egresados de la EPFAC y aprobada por la Oficina de Comunicaciones de la Escuela.
Medio a utilizar	Redes sociales FAC, correo masivo, pantallas informativas, radio, página web, revista aeronáutica.
Población objetivo	Comunidad académica en general.
Seguimiento	Se realizará a través de evidencias de las difusiones



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades trimestrales	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Estrategia - 'EPFAC 'SOMOS PERTINENCIA, CALIDAD E IMPACTO AERONAUTICO''												
Estrategia - 'ESTUDIA EN LA EPFAC'												
Estrategia - 'EPFAC POR EL MUNDO'												
Estrategia - 'EPFAC COMUNICA'												
Estrategia - 'TU BIENESTAR PRIMERO'												
Estrategia - 'SOY EGRESADO EPFAC'												



ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO

Cada año se deberá hacer un seguimiento detallado del Plan de Comunicaciones Estratégicas de la Escuela de Postgrados de la Fuerza Aérea Colombiana (EPFAC) y está estrechamente ligado al plan anual realizado por el consejo académico. Este debe quedar verificado en una reunión liderada por la Oficina de Comunicaciones Públicas donde se verifique su avance e impacto.

Toda la información, conclusiones y acuerdos futuros deben quedar plasmada en el acta refleje la apreciación sobre el cumplimiento al Plan de Comunicaciones Estratégicas de la EPFAC.

Además, se deben medir los siguientes indicadores:

1. Medición de imagen positiva
2. Satisfacción de los usuarios de Comunicación.